

8. 中国（地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)		テーマパーク（業務担当）	・冬の大型イベントが始まり、来園者数増加が期待できる。
		一般小売店〔眼鏡〕（経営者）	・北朝鮮情勢や総選挙などの不確定要素はあるが、自民党が安定政権を保てば株価も上昇して内需が拡大する。
		百貨店（広報担当）	・地元プロ野球チームの日本シリーズ進出とその結果次第では、前年以上に消費者の購買意欲が高まる。
		百貨店（営業担当）	・店全体の来客数が前年を上回り、婦人服の動きも良く、購入客数が前年を上回っている。
		スーパー（店長）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝などでの経済効果が周囲で見受けられ、しばらくは継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・近隣で新築工事を行っており、工事客が増えて売上は良くなっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年を上回っている。
		コンビニ（支店長）	・全体売上は改善傾向である。
		家電量販店（販売担当）	・冬商戦と決算に期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・新型車の販売による販売増が見込まれる。
		乗用車販売店（業務担当）	・小規模ながら新商品の投入が続く。
		乗用車販売店（店長）	・サービス入庫が前年並みまで回復しているので、来客数が増加して新車の販売量は伸びる。
		乗用車販売店（営業担当）	・特別仕様車の発売で来客数が増え、景気の回復が見込める。
		自動車備品販売店（経営者）	・冬季商材の最需要期なので今月よりは良くなるが、前年比では期待できない。
		その他専門店〔土産物〕（店長）	・地元で水揚げされる新鮮な魚が売りであるが、ワタリガニなど冬にかけて旬を迎える魚介類が多く、それ目当ての客が増える。周りの広大な畑に咲くコスモスの見頃がやや遅れているが、これから満開になり多くの観光客が訪れる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（管理担当）	・年末に向けセールやイベントが増える時期であり、来館につながる施策をどのように打っていくかによって景気は変わってくる。
		観光型ホテル（営業担当）	・秋の観光シーズン到来で販売量が増加する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・地元プロ野球チームが勝ち進めば客の消費マインドが上向く。
		都市型ホテル（企画担当）	・10月には総選挙が予定されており、政権の状況次第では消費喚起となり、年末に向けてイベントが多くなれば前年並みの集客は見込める。
		都市型ホテル（企画担当）	・当館と直結している駅の南北自由通路が開通し、新たな商業施設もオープンするので周辺エリアの流動人口が増加する。
		通信会社（企画担当）	・年末に向けて新料金体系と新サービスの提供が始まる。
		テーマパーク（営業担当）	・秋の行楽シーズンから冬のイルミネーションと続き、入園者数の増加が見込まれる。
		競艇場（職員）	・11月にはG3競争があるので、電話投票や協力他場の売上増加が見込める。
		住宅販売会社（営業担当）	・年末に向けて販売量が伸びる。
		住宅販売会社（営業担当）	・冬季に入れば客の動きが活発になる。
		商店街（代表者）	・隣接する駅前通りの空き店舗率は改善され、飲み屋街となって夜の動きはあるが、当商店街のにぎわいにはほとんど影響がなく、昼間の通行量が増えないと変化はない。
		商店街（理事）	・総選挙が行われることで消費者の生活に変化が生じる。
	商店街（代表者）	・10月に入れば観光客数が増加するが、地元客に節約志向が強まる懸念材料である。	
	商店街（代表者）	・総選挙期間中の商売は厳しくなり、結果によっては消費税の問題を含め先行きの景気がやや悪くなる可能性がある。	
	商店街（代表者）	・客の買い控えが目立ち、人から譲り受けたものの修繕依頼が増加している。	
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・一定数の買い回り客がいるので、来客数に変化はない。	
	一般小売店〔食品〕（経営者）	・ここ数か月、売上と来客数の前年比に変化がない。	
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・景気がすぐに良くなることはないが、商品が売れ続けているので悪くもならない。	

百貨店（経理担当）	・前年売上を達成できない月が続いているが、売上が大きく回復する見込みがなく今の状況が続く。
百貨店（営業担当）	・気温や天候で客の購買動向は大きく左右されるので、気温が大きく低下して防寒衣料が好調に推移すれば、11～12月商戦は明るい兆しがみえてくる。その一方で北朝鮮問題や株価下落で消費マインドが冷え込む可能性もある。
百貨店（販売促進担当）	・近隣に食品を中心とするスーパーが2店舗開店するが、客の食に対する消費が増える気配がないなかでの競争激化の影響が懸念される。復調の衣料品がどこまで前年数値を維持できるかが重要になる。
百貨店（売場担当）	・仕入元各社からの商品供給が大きく減ってきているため、特に特売に対しては長年納品があったものがなくなってきており、しばらくすると店頭のお買得感が薄れてくる。
百貨店（購買担当）	・総選挙結果で客の動きは大きく変わるが、客が要望をつかめておらず、衣料品関係もヒットアイテムがないため厳しい状況は続く。
百貨店（売場担当）	・地域の商業環境に大きな変化はなく、現状が継続する。
百貨店（外商担当）	・来客数を増やすための好材料が少なく、当面は現状が続く。
スーパー（店長）	・景気が大きく変化する材料は見当たらない。
スーパー（店長）	・ここ半年以上、来客数が前年の97%、客単価は98%で推移しており、現状が続く。
スーパー（店長）	・ここ数か月間の客の動きをみると、景気が上向きになる要素が見当たらない。
スーパー（総務担当）	・客は特売商品や安価商品に対しては動くが、通常商品の販売量は伸びない。
スーパー（業務開発担当）	・客の節約志向の定着が影響し、加工食品や菓子類の定番商品も販売量は前年並みでも1品単価が低下する。また、高齢化の影響で小ロットのものの割合が高くなる。
スーパー（販売担当）	・催事や特売日には前年を上回る集客があり、ここ数か月はこの傾向が続いており、消費者の購買意欲は衰えていないが、平常時の来客数と客単価は厳しい状況が続く。地方では所得が上がらないため、一般家庭の懐事情はかなり厳しくなってくる。
スーパー（財務担当）	・手取り収入が増えていないため、節約による客単価の前年割れが続く。
スーパー（管理担当）	・分野は異なるが新規出店があり、来客数と売上の増加は見込めない。
スーパー（販売担当）	・総選挙の影響で客の動きが鈍くなるが、その後は回復してくる。
コンビニ（副地域ブロック長）	・大きな環境変化はなく、主力商品の販売量の伸びも鈍化しているが、天候によってはファーストフードと飲料の販売量の増加が期待できる。
衣料品専門店（店長）	・スーツの動き、来客数、客単価に変化はなく、今後も現状が続く。
家電量販店（店長）	・景気が良くなる要素はなく、客の財布のひもは一層固くなる。
家電量販店（店長）	・来客数が増加する。
家電量販店（店長）	・ここ数か月、来客数は増加しているが、売上の上昇はない状況が続いており、業界的にもマーケット縮小傾向のため上向き気配はない。
家電量販店（企画担当）	・政権交代があれば景気が後退する。
乗用車販売店（営業担当）	・客は出費に対して消極的であるため、販売台数の推移が前年を下回る状況が続く。
乗用車販売店（営業担当）	・例年10～12月は客の動きが鈍い傾向であるが、新型車に注目が寄せられてくる。
自動車備品販売店（経営者）	・販売量が増加する要素はなく、もうかる仕事は全てメーカーが優位なので大きなプラスは期待できない。
住関連専門店（営業担当）	・イベントがない月は来客数が減少する。
その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数の増減を判断する要素がない。
その他専門店〔時計〕（経営者）	・商店街の空き店舗が減少したが、廃業する店舗が出ており、不景気だけが原因ではないが、人口減少や消費流出が地域小売業を衰退させる。
高級レストラン（宴会サービス担当）	・予約状況はほぼ前年並みであるが、地元プロ野球チーム優勝に絡んだフェアの開催で来客数の増加が見込める。
一般レストラン（経営者）	・地方中小企業では生産性向上への障害が多く、賃金上昇が難しい。

スナック（経営者）	・年末はいつもより客の動きはあるが、景気の良かったころとは比較にならず、地方での当業界の景気は全然良くならない。
都市型ホテル（総支配人）	・北朝鮮に関連した核ミサイル問題や10月に投開票が予定される総選挙の影響も懸念され、景気の先行きは不透明である。
旅行代理店（経営者）	・世界情勢や総選挙など景気回復に良い材料はないので、客の生活防衛意識は高まる。
旅行代理店（営業担当）	・景気がプラスに振れる要因はなく、総選挙も絡んでくるので旅行需要の拡大は見込めない。
通信会社（社員）	・今月は販売量がやや良くなっているが、大きな変動はない。
通信会社（営業担当）	・景況を左右する要因がない。
通信会社（工事担当）	・客は設備投資ができない状況である。
テーマパーク（管理担当）	・地方の個人消費は微減傾向が続く。
ゴルフ場（営業担当）	・10月から繁忙期に入り、予約状況は例年並みである。
美容室（経営者）	・人の流れが変化する要因がなく、週末に集客ができない状況は続く。
美容室（経営者）	・新規客獲得と売上上昇につながる要因はないので短期間で景気が回復することはない。
美容室（経営者）	・来客数の減少と客単価の低下が懸念される。
設計事務所（経営者）	・消費税率引上げに向かっているものの、地価に安値感がないので景気回復が難しい。
設計事務所（経営者）	・地方での金の循環は福祉のみであり、税負担の増大を感じる客は消費に向かわない。
設計事務所（経営者）	・建築資材や人件費の変動で建築コストが上昇気味となっており、消費者の動向がつかめない。
設計事務所（経営者）	・建築業界は人手不足で求人は活発であるが、景気が上向いている話は聞かない。
住宅販売会社（従業員）	・将来的に景気が悪くなる材料も良くなる材料もない。
住宅販売会社（営業所長）	・展示場への来客数が増加していかない。
商店街（代表者）	・少子化、デフレ、オーバーストア、インターネット販売と競合して非常に厳しい状況が続くとともに、より良い商品、より安い商品を必要とときにだけ購入するという客の姿勢も継続する。
一般小売店〔茶〕（経営者）	・海外からの特需注文があった前年より販売量は悪くなり、そのマイナスをカバーするのは非常に厳しい。
一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社設立などの新しい動きがなく、景気は良くならない。
スーパー（営業システム担当）	・競合店やコンビニエンスストアの出店が止まらず、客の節約志向も高まっているため、年末商戦にはあまり期待できない。
コンビニ（エリア担当）	・競合店が増えて消費者が分散してしまう。
衣料品専門店（経営者）	・政局が混とんとしており、少し先のことも全く予測できない。
衣料品専門店（経営者）	・地方は景気が悪く、客の財布のひもは固いままである。
乗用車販売店（総務担当）	・新型車の発売や新しい広告が始まって来客数が伸びず、現状の商談数では売上を確保できない。
その他専門店〔布地〕（経営者）	・当地を生かしたまちづくりが進んでいないので、流入人口が増えず元気が出てこない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（所長）	・競合店である大型ショッピングセンターが12月上旬に改装オープンを計画しており、12～1月はその影響が予想される。当店と隣接するショッピングモールと連携して、どこまで影響を最小限にできるかが課題である。
一般レストラン（経営者）	・総選挙の影響で景気は沈滞する。
一般レストラン（店長）	・インバウンドの減少が続き、中国がツアー客の規制をしていることもマイナス要因となる。また、総選挙が始まると来店を控える傾向にあるので、来客数の落ち込みが懸念される。
一般レストラン（外食事業担当）	・大手チェーン店の出店で小型店が廃業しても、商圏内の席数は増加しているため競争は激しくなる。メニューを値上げして1年が経過するので、客単価によるカバーがこれまでどおりとはいかず、最低賃金の見直しで人件費が上昇し、経営に大きく影響する。
タクシー運転手	・総選挙期間中は夜の客足が鈍くなる。

		タクシー運転手	・政治不安で景気は悪くなる。
		通信会社（総務担当）	・異動や引っ越しなどが増える秋の入れ替わりシーズンが落ち着いてくる。
	x	その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（店長）	・高速道路の交通量が減少して来客数も減少する。
	x	通信会社（広報担当）	・価格の安さのみで客は動くので景気の回復は見込めない。
企業 動向 関連		輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車の立ち上がりがあり、忙しくなる。
(中国)		化学工業（経営者）	・車向け樹脂製品を製造している主要取引先からの受注が好調で、新たに工場増設による増産計画も打ち出しており、更なる受注量の増加が見込まれる。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車や建設分野の需要が上向くと想定され、供給の逼迫が継続する見込みであることに加え、市中在庫も適正レベルで推移していることから市況も引き締まる。
		非鉄金属製造業（業務担当）	・電子材料と電池材料は生産量、販売量共に高位継続する。
		輸送業（支店長）	・地元プロ野球チーム優勝に伴うセールスのダイレクトメールの発送が増え、その受注効果がしばらく続く。
		輸送業（経理担当）	・現状の堅調な流れが続き、倉庫案件中心に堅調に推移する。
		通信業（営業企画担当）	・既に情報通信を取り扱っている客からの新サービスの導入検討の話があり、販路が拡大しつつある。
		広告代理店（営業担当）	・客の進行状況から年末年始の販売促進拡大時期に入るので、受注量は上向きになる。
		会計事務所（職員）	・地元プロ野球チームのリーグ優勝で小売業や飲食業に良い影響が出てくる。ただ前年の優勝記念セールでは予想以上の売上があったが、利益面は期待した以上ではなかったため、景気が大きく好転するまでには至らない。
		農林水産業（従業員）	・魚の需要が高まる要素はない。
		食料品製造業（経営者）	・来客数が減少して量的に出る商品が売れず、高額品が徐々に出てきているが売上に寄与するまでには至らない。
		食料品製造業（総務担当）	・商品のバリエーションを変更するので値上がりと誤解されるものもあって正月商戦に不安が残るが、品質を保ちながら商売を行うのでそれほど売上に変化はない。
		化学工業（総務担当）	・内需拡大は望めないなかでの総選挙で景気の先行きが不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件の生産は数か月継続し、通常品の生産量も現在水準が継続する。
		鉄鋼業（総務担当）	・受注見通しに変化がない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品の受注量は旧モデルをしのぐ勢いであるが、全体の受注量は前年度並みである。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・依然として足元の仕事量はあるが、船価の高いものではないので収益的には厳しい状況が続く。
		建設業（総務担当）	・この先1年は現状が継続する。
		建設業（総務担当）	・総選挙が決まり、当面様子見が続く。
		通信業（営業担当）	・消費税率引上げや総選挙などで景気へのテコ入れの方針が見いだせないことから、景気浮揚の見込みは薄い。
		金融業（融資企画担当）	・為替が円安傾向のなかで、地元完成車メーカーでは新型SUVの輸出が好調であり、当面は地元の系列自動車部品メーカーの受注は高水準を維持する。
		金融業（貸付担当）	・輸出入額は前年度プラスを維持しており、貿易バランスも輸出超過が続く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・前年までの住宅ローンの金利低減や相続税制対策も一巡し、新設着工戸数も減少傾向にあり、将来的に当業界の景気はやや悪くなる。今後はリフォームや非住宅等の新たな新市場の開拓が当業界の景気を左右する。
		金属製品製造業（総務担当）	・原材料価格が高騰したため、10月から購入価格の上昇は避けられない。コストアップ分を製品価格に転嫁するため得意先へ交渉を行っていくが、満額回答とはならない可能性が高く、厳しい状況に拍車がかかる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・製品材料の高度化と製造難易度の上昇に対して販売価格の抑制傾向が強く、なかなか利益に結び付かない。
		不動産業（総務担当）	・年末にかけて賃貸住宅の需要は例年どおり落ち着く。
	x	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い状況が続く。
雇用 関連			
(中国)		人材派遣会社（社員）	・政治情勢が不安定であるが、求人数と求職者数の増加傾向は続く。
		人材派遣会社（支社長）	・採用に苦しむ企業からの受注は更に増加していく。

	人材派遣会社（支店長）	・今後も求人数は伸びるが、求職者数に限りがあるため賃金などの条件を改善した求人に人が集まるようになり、今までと同じ仕事でも働き手の収入を上げる方向に向かう可能性があり、企業の体力が人材確保の鍵となる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・中途採用の結果次第で新卒採用は更に求人数が増える可能性がある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業側の雇用体系と求職者のマッチングができれば、まだまだ景気は上向くが、人材確保に伴う企業負担が過度に大きくなると、企業の業態縮小などマイナスになる側面もある。
	職業安定所（雇用開発担当）	・当安定所管内の9月の有効求人数は前年同月比で、平成28年1月以来のマイナスとなっているが、求人者からは採用を増やす話が圧倒的であり、しばらくは好況が続く。
	人材派遣会社（経営企画担当）	・国政の動きが不安定なので景気に変化はなく、人手不足も継続する。
	求人情報誌製作会社（広告担当）	・新卒の内定状況が91.7%であるが、メーカーと流通業が採用に苦戦しており、売手市場が続く。中途採用の求人数も減少することはなく、現状がしばらく続く。
	職業安定所（所長）	・求職者の減少傾向から人手不足感が一層強まっており、少しでも応募者を増やすため、契約社員から正社員に切り替えて募集するケースが増えてくる。
	職業安定所（産業雇用情報担当）	・今年度に入り有効求人倍率は1.3～1.4倍で継続して推移しており、大規模な企業倒産の話もないため、大きな動きにはならない。
	民間職業紹介機関（職員）	・相変わらず人手不足感は続き、優秀な人材の獲得が即ビジネス拡大につながる現状では、求人ニーズに関係なく人物ありきで採用を検討する傾向が続く。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・政治的な動きの変化はみられるが、その結果次第で景気は左右される。
	学校〔短期大学〕（進路指導担当）	・採用予定者数を充足できない話は多いが、求人数を新規に増加するという話はほとんどない。
	学校〔大学〕（就職支援担当）	・企業の採用動向はほぼ前年並みで、現状で劇的な変化は見込めない。
	-	-
x	-	-